

Strategi Komunikasi Massa BEM KM IPB dalam Melakukan Penyebaran Informasi Akademik

BEM KM IPB Mass Communication Strategy in Disseminating Academic Information

Aisyah Rizky Amali¹, Suparman², Yafnida Julia³, Salwa Putri⁴

¹⁻⁴Institut Pertanian Bogor, Indonesia

E-mail: aisyhrml@gmail.com¹, parman@apps.ipb.ac.id², yfnidaa@gmail.com³,
salwaputriawalina@gmail.com⁴

| Artikel Info | ABSTRAK |
|--|---|
| Diterima: 2 Desember 2024 | Penelitian ini menganalisis strategi komunikasi massa yang diterapkan oleh Badan Eksekutif Mahasiswa Keluarga Mahasiswa (BEM KM) IPB dalam menyebarkan informasi akademik kepada mahasiswa. BEM KM IPB berperan sebagai perantara yang menyaring, mendistribusikan, dan mengemas informasi penting dari pihak kampus untuk meningkatkan aksesibilitas bagi mahasiswa. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, data diperoleh melalui wawancara dan studi literatur. Temuan menunjukkan bahwa pemanfaatan media sosial, khususnya Instagram, sebagai platform utama didasari preferensi mahasiswa yang lebih aktif di media tersebut, serta penerapan konsep agenda setting yang memfokuskan isu-isu akademik utama. Strategi komunikasi massa yang digunakan BEM KM IPB sangat baik dalam mencapai tujuan penyebaran informasi melalui pengemasan konten yang menarik., meskipun terdapat tantangan. Penelitian ini memberikan wawasan mengenai optimalisasi strategi komunikasi massa oleh organisasi mahasiswa dalam lingkungan akademik serta rekomendasi peningkatan melalui kolaborasi dan inovasi media. |
| Hal. 1-7 | |
| Kata Kunci: Agenda Setting; BEM; Informasi Akademik; Komunikasi Massa. | |
| Keywords: Academic Information; Agenda Setting; BEM; Mass Communication. | ABSTRACT <i>This research analyzes the mass communication strategies implemented by the IPB Student Family Student Executive Board (BEM KM) in disseminating academic information to students. BEM KM IPB acts as an intermediary who filters, distributes and packages important information from the campus to increase accessibility for students. This research uses a descriptive qualitative approach, data was obtained through interviews and literature study. The findings show that the use of social media, especially Instagram, as the main platform is based on students' preferences for being more active on this media, as well as the application of the agenda setting concept which focuses on main academic issues. The mass communication strategy used by BEM KM IPB is very good in achieving the goal of disseminating information through attractive content packaging, even though there are challenges. This research provides insight into the optimization of mass communication strategies by student organizations in the academic environment as well as</i> |

PENDAHULUAN

Saat ini perkembangan teknologi informasi dan komunikasi berkembang sangat pesat. Komunikasi massa memegang peranan yang sangat penting dalam penyebaran informasi yang efektif khususnya di lingkungan akademik. Badan Eksekutif Mahasiswa (BEM) merupakan organisasi kemahasiswaan intrakampus yang berkedudukan sebagai badan eksekutif dalam tiap tingkatan yaitu tingkat universitas dan tingkat fakultas. Setiap organisasi tentu memiliki pengurus yang bertugas mengatur jalannya roda organisasi (Dharmayoga, 2023).

Badan Eksekutif Mahasiswa Keluarga Mahasiswa (BEM KM) di IPB sendiri memiliki fungsi dan tugas utama yaitu sebagai penyampai informasi yang efektif, wadah aspirasi, serta suara bagi para mahasiswa. Sehingga dibutuhkannya strategi komunikasi massa yang efektif untuk dapat menjangkau dan memengaruhi tingkat keterlibatan seluruh mahasiswa di kampus.

Seiring dengan adanya perkembangan zaman, kini masyarakat dimudahkan karena adanya akses teknologi yang semakin berkembang pesat, bahkan masyarakat juga tidak dibatasi dalam melakukan komunikasi massa. Komunikasi massa dapat didefinisikan sebagai proses penggunaan sebuah media massa untuk mengirim pesan kepada audien yang luas untuk tujuan memberikan informasi, menghibur, atau membujuk (Vivian, 2008).

Efektivitas pesan yang disampaikan akan sangat bergantung pada cara media massa tersebut dimanfaatkan. Qudratullah (2016) menyatakan bahwa, komunikasi massa berperan penting dalam fenomena popularitas individu, organisasi atau lembaga tertentu. Adanya platform digital dan media sosial, proses menjadi semakin cepat dan luas, memberikan dampak yang signifikan terhadap proses interaksi dan mendapatkan informasi.

Salah satu tantangan terbesar bagi institusi pendidikan yaitu, mampu mengkomunikasikan informasi akademik secara efektif kepada seluruh pihak, terutama mahasiswa. Informasi akademik, seperti perubahan kebijakan akademik, kegiatan kampus, informasi lomba, pengumuman beasiswa, dan sebagainya harus dikomunikasikan secara efisien dan tepat. Oleh karena itu, kehadiran BEM KM IPB sangat penting untuk melakukan proses penyebaran informasi tersebut.

Pemilihan media komunikasi yang tepat juga memengaruhi efektivitas penyebaran informasi yang dilakukan. Pemanfaatan media massa dalam komunikasi publik perlu mempertimbangkan karakteristik audiens dan media yang digunakan (McQuail, 2010). Konteks penelitian ini tantangan utamanya adalah menyesuaikan strategi komunikasi massa yang harus dilakukan dengan pemilihan media massa yang beragam, serta meninjau keterlibatan mahasiswa dalam informasi yang disampaikan.

Penelitian terdahulu oleh dalam penilitian nya yang berjudul “Analisis Strategi Komunikasi Badan Eksekutif Mahasiswa (BEM) Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Mulawarman Dalam Mengimplementasikan Visi Misi Kepada Seluruh Civitas Akademika Tahun 2018” berisikan tentang analisis strategi komunikasi yang diterapkan dalam mengimplementasikan visi dan misi mereka kepada seluruh civitas akademika, mengidentifikasi faktor penghambat dan pendukung, serta melihat efektivitas saluran komunikasi yang digunakan.

Berbagai penelitian telah dilakukan mengenai peran Badan Eksekutif Mahasiswa (BEM) dalam komunikasi di lingkungan kampus, masih terdapat beberapa celah atau kekurangan yang belum sepenuhnya terisi. Pertama, terkait strategi komunikasi massa dalam konteks penyebaran informasi akademik. Sebagian besar studi yang ada berfokus pada strategi komunikasi secara umum, tetapi belum terdapat penelitian yang secara spesifik meneliti strategi komunikasi massa yang diterapkan oleh organisasi mahasiswa seperti BEM, dalam memastikan penyampaian informasi akademik yang efektif dan efisien.

Kedua, dalam literatur yang ada, masih jarang ditemukan studi yang mengeksplorasi kendala dan tantangan yang dihadapi BEM dalam merancang dan menerapkan strategi komunikasi massa. Kesenjangan-kesenjangan tersebut perlu dijembatani, karena pemahaman yang lebih mendalam

mengenai hambatan internal dan eksternal yang dihadapi BEM KM IPB dapat membantu merumuskan rekomendasi yang lebih baik untuk meningkatkan strategi yang digunakan dalam penyebaran informasi akademik.

Dengan adanya penelitian ini, diharapkan dapat mengisi kekosongan tersebut dengan mengeksplorasi dan memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai strategi komunikasi massa yang diterapkan oleh BEM KM IPB. Penelitian ini juga bertujuan untuk mengidentifikasi strategi komunikasi massa yang digunakan dalam penyebaran informasi akademik, serta mengetahui media massa yang digunakan oleh BEM KM IPB dalam meningkatkan partisipasi dan keterlibatan mahasiswa. Optimalisasi strategi komunikasi massa tidak hanya akan membantu BEM KM IPB dalam mencapai tujuannya, tetapi juga berkontribusi pada peningkatan kualitas komunikasi di lingkungan akademik IPB secara keseluruhan, sehingga informasi akademik yang penting dapat diakses oleh seluruh mahasiswa dengan mudah dan tepat waktu.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif dan bersifat deskriptif. Penelitian kualitatif berusaha untuk menemukan dan menggambarkan secara naratif kegiatan yang dilakukan dan dampak dari tindakan yang dilakukan terhadap kehidupan mereka (Fadli, 2021). Data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data primer dan data sekunder.

Data penelitian kualitatif biasanya berbentuk teks, foto, cerita, gambar, *artifacts*, dan bukan berupa angka-angka hitung-hitungan (Iryana dan Kawasati, 2019). Sumber data primer diperoleh dengan mendapatkan informasi langsung dari wawancara bersama dengan Gunawan Aji selaku Ketua, Farhan Alghifari dan M. Iswari selaku Menteri Koordinator di BEM KM IPB. Sedangkan sumber data sekunder diperoleh secara tidak langsung melalui dokumen-dokumen terkait seperti artikel, studi literatur buku, ataupun jurnal penelitian sebelumnya. Analisis data yang digunakan yaitu melalui pengumpulan data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan. Penelitian ini berlokasi di Kampus IPB Dramaga, Jl. Raya Dramaga, Babakan, Kecamatan Dramaga, Kabupaten Bogor, Jawa Barat 16680.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Badan Eksekutif Mahasiswa (BEM) menjadi wadah dari seluruh mahasiswa untuk mengembangkan bakat dan kemampuan yang dimiliki agar menjadi mahasiswa yang memiliki kekayaan di bidang ilmu pengetahuan, kesenian dan lain sebagainya. BEM sebagai jembatan penghubung antara mahasiswa dan lembaga, jadi BEM berfungsi sebagai sarana mahasiswa untuk menyuarakan sumbang saran dan aspirasinya kepada pihak lembaga untuk mewujudkan kesejahteraan di lingkungan kampus (Pramono *et al.* 2020).

“BEM KM sebenarnya sebagai pusat khususnya di organisasi kemahasiswaan untuk membantu direktorat terkait untuk menyebarkan informasi-informasi agar bisa lebih menyeluruh kepada teman-teman mahasiswa, karena kita punya peran pelayanan kepada teman-teman mahasiswa” (komunikasi pribadi, 31 Oktober 2024).

Dapat dilihat bahwa BEM KM IPB memiliki peran sebagai perantara antara direktorat yang terdapat di kampus dengan mahasiswa dalam menyebarluaskan informasi-informasi akademik yang dianggap relevan dan penting terutama bagi kelancaran studi para mahasiswa. BEM KM IPB memiliki tanggung jawab untuk menerima langsung informasi dari direktorat ataupun lembaga-lembaga kampus lainnya, menyaring informasi, mendistribusikan serta menjamin agar seluruh informasi dapat diakses dengan mudah oleh para mahasiswa melalui berbagai media yang ada. Informasi tersebut mencakup jadwal akademik, informasi beasiswa, informasi lomba, perubahan kebijakan kampus, dan isu-isu akademik lainnya yang berdampak pada kehidupan mahasiswa di kampus.

a. Strategi Komunikasi Massa

Kustiawan *et al* (2022) menyebutkan bahwa komunikasi massa secara luas ialah kegiatan yang dilakukan antara satu orang atau lebih untuk menyampaikan pesan melalui media massa cetak, elektronik ataupun digital dengan mengharapkan adanya timbal balik. Saat ini komunikasi massa memegang peranan penting dalam masyarakat terutama di era globalisasi, terutama dalam membantu penyebaran informasi serta membentuk opini publik pada BEM KM IPB. Proses penyebaran informasi tidak hanya terjadi karena teknologi yang memungkinkan informasi untuk disebarluaskan tetapi juga karena budaya yang ada di media sosial untuk menyebarkan kembali informasi yang diperoleh (Rachman, 2017).

Saat ini media massa merupakan salah satu sarana yang digunakan dalam proses penyebaran informasi, sebagai saluran untuk menjangkau khalayak luas. BEM KM IPB memiliki dasar dari strategi komunikasi massa yang dijalankan yaitu berkomitmen terhadap fungsi pelayanan sebagai penyedia informasi bagi seluruh mahasiswa.

“Karena kita sebenarnya punya fungsi pelayanan dari BEM KM sendiri” (komunikasi pribadi, 31 Oktober 2024).

Dapat diketahui dalam proses penyebaran informasi akademik, BEM KM IPB menerapkan konsep *agenda setting* untuk melakukan penyebaran informasi agar lebih menyeluruh. Pada konsep ini *agenda setting* merupakan sebuah teori yang menempatkan besarnya pengaruh media massa dalam mempengaruhi khalayak mengenai prioritas kepentingan sebuah isu. Media disebutkan mampu mengarahkan isu dalam masyarakat dan mampu membuat agenda dimana isu diramu untuk menjadi sebuah diskursus di masyarakat (Permana dan Iffah, 2021). Efendi (2023 : 1715) juga menjelaskan bahwa dalam proses *agenda setting* terdapat tiga tahapan penyusunan, yaitu menetapkan agenda publik, menetapkan agenda media, dan menetapkan agenda kebijakan.

Strategi yang diterapkan BEM KM IPB tidak hanya bertujuan menyebarkan informasi saja, namun juga fokus mengkomunikasikan topik-topik penting yang relevan dengan mahasiswa. Untuk mencapai hal tersebut, BEM KM IPB telah merancang pesan yang tidak hanya akurat, tetapi juga berdampak tinggi. Penyusunan pesan yang akurat menjamin informasi yang dikomunikasikan memenuhi kebutuhan dan harapan mahasiswa serta memperkuat kredibilitas BEM sebagai lembaga eksekutif mahasiswa.

Pesan yang dirancang dengan mempertimbangkan dampak, di sisi lain, bertujuan untuk menarik perhatian, meningkatkan kesadaran, dan mendorong siswa untuk mengambil tindakan terhadap masalah yang diangkat. Pesan-pesan ini sering kali disesuaikan dengan konteks. Dengan pendekatan ini, BEM KM IPB tidak hanya berperan sebagai pemberi informasi namun juga sebagai penggerak perubahan positif di lingkungan kampus.

“Jadi disini kita melihat apa saja yang dibutuhkan oleh masa dan bagaimana masa tersebut menyerap informasi. kita akan coba mengambil dan memakai lini-lini tersebut sehingga informasi yang kita sampaikan itu secara tepat dan efisien juga sampai kepada para mahasiswa di IPB. Sehingga kita perlu melihat lagi segmentasi yang kita tuju dan melihat isu yang lagi hangat dan perlu kiranya untuk disampaikan atau tidak” (komunikasi pribadi, 30 Oktober 2024).

Proses pemilihan isu akademik yang akan disampaikan, BEM KM IPB melibatkan kementerian-kementerian terkait untuk melakukan rapat internal dengan mempertimbangkan aspek-aspek penting seperti urgensi, dampak potensial serta relevansi isu bagi mahasiswa. Keputusan dalam mengangkat isu juga didasarkan pada kebutuhan mahasiswa, terutama isu-isu yang krusial seperti kebijakan biaya Pendidikan ataupun informasi beasiswa. Selain itu, untuk menjaga keakuratan dan relevansi informasi yang didistribusikan, BEM KM IPB menerapkan proses verifikasi dan validasi terlebih dahulu.

Proses tersebut juga berkaitan dengan konsep *agenda setting*, yaitu proses *gatekeeping*. *Gatekeeping* adalah proses seleksi konten yang dilakukan oleh organisasi media massa sebelum mempublikasikannya melalui saluran komunikasi (McQuail, 2010). Sebelum informasi disampaikan kepada mahasiswa, para pengurus BEM KM IPB juga akan melakukan koordinasi dengan BEM wilayah atau pihak-pihak terkait, memastikan agar informasi yang akan disampaikan valid dan relevan.

Proses ini juga berguna untuk memastikan bahwa tiap informasi yang disampaikan telah melalui pengecekan sehingga mahasiswa mendapat informasi yang akurat serta dapat dipertanggungjawabkan. Dengan cara tersebut, BEM KM IPB juga tentunya berupaya agar segala informasi yang dipilih dan disampaikan memiliki dampak nyata kepada para mahasiswa IPB. Melalui pendekatan yang digunakan, BEM KM IPB berupaya agar komunikasi yang dilakukan tidak hanya menjangkau dan sampai kepada para mahasiswa, namun juga memberikan manfaat langsung dan positif.

Pemilihan topik yang akan disampaikan juga dilakukan berdasarkan pada aspek-aspek penting, seperti memprioritaskan isu-isu yang dianggap paling berdampak atau mendesak untuk disampaikan. BEM KM IPB juga merancang pesan yang mampu menjangkau seluruh lapisan mahasiswa agar tersebar ke berbagai fakultas dan departemen dengan beragam latar belakang akademik. Hal tersebut sesuai dengan tahapan *agenda setting* yaitu agenda publik.

b. Pemanfaatan Media Massa

Pemilihan media yang tepat pada konsep *agenda setting* juga sangat berpengaruh untuk memastikan pesan yang disampaikan dapat diterima dengan mudah dan direspon oleh audiens. Media yang digunakan juga harus dapat menjangkau audiens dan meningkatkan perhatian terhadap isu-isu yang dianggap penting.

“Media yang digunakan itu ada Instagram serta YouTube, tapi paling efek Instagram dan dari beberapa hasil riset memang Instagram masih menjadi yang paling fokus sama dari teman-teman mahasiswa” (komunikasi pribadi, 30 Oktober 2024).

BEM KM IPB memilih Instagram sebagai media utamanya berdasarkan survei internal yang dilakukan bahwa mayoritas mahasiswa IPB aktif menggunakan platform ini. Pilihan ini dilihat berdasarkan efektivitas dalam menjangkau target audiens yang cenderung merespons lebih kuat terhadap informasi di media sosial visual seperti Instagram. Selain itu, BEM KM IPB juga menggunakan akun Instagram dari berbagai kementerian dalam strukturnya. Mereka memanfaatkan potensi media tersebut secara maksimal dan memungkinkan penyebaran dan pembagian informasi yang lebih luas sesuai keahliannya masing-masing.

Platform lain seperti Google Kalender juga digunakan untuk mengelola informasi khususnya untuk informasi lomba. Google Kalender memberikan aksesibilitas dan kemudahan bagi seluruh mahasiswa IPB untuk mencari informasi secara terorganisir. Proses dalam mendukung penyebaran informasi yang efektif, BEM KM IPB mengemas pesan-pesan yang menarik baik dari segi desain visual maupun narasi dan format konten untuk meningkatkan minat dan perhatian audiens terhadap informasi yang disampaikan. Strategi ini mencerminkan komitmen BEM KM IPB untuk memanfaatkan media secara optimal untuk menjamin keberhasilan komunikasi dan keterlibatan mahasiswa.

“Kalau mahasiswa itu sekarang udah ini ya melek teknologi, mereka semua suka hal yang bersifat grafis yang lucu-lucu. Jadi kita mencoba untuk menggunakan desain-desain yang up to date terus juga menarik” (komunikasi pribadi, 30 Oktober 2024).

Hal tersebut juga berhubungan dengan agenda media pada teori *agenda setting*. Studi agenda media sendiri difokuskan pada bagaimana frekuensi isu (*salience issue*) atau relevansi isu dengan

khalayak (*prominence issue*) atas sesuatu isu yang diagendakan media dan menyangkut bagaimana cara suatu isu disajikan media (*valence*), misalnya apakah suatu isu disajikan dengan cara menarik atau tidak. (Nugroho, 2014). Strategi yang dilakukan oleh BEM KM IPB tujuannya adalah untuk membangun komunikasi yang inklusif dan efektif agar setiap mahasiswa dapat mengakses informasi penting yang disampaikan.

Hasil dari penelitian diatas menunjukkan bahwa strategi komunikasi massa yang diterapkan oleh BEM KM IPB pada penyebaran informasi akademik sudah cukup baik dalam menjangkau mahasiswa IPB. Pemilihan media Instagram sebagai media utama yang digunakan dengan berdasarkan preferensi mahasiswa menunjukkan bahwa BEM KM IPB sudah memiliki pemahaman yang baik terhadap karakteristik dan kebiasaan digital audiensnya. Strategi yang digunakan dengan berbasis riset, yang melibatkan survei kebutuhan dan preferensi mahasiswa, memungkinkan BEM KM IPB untuk menyusun pesan yang relevan serta fokus pada isu-isu akademik yang penting bagi mahasiswa.

Namun, terdapat beberapa tantangan yang perlu diatasi, terutama untuk menarik partisipasi mahasiswa melalui desain konten yang dibuat secara menarik. Pengemasan informasi yang kreatif merupakan satu hal yang penting agar informasi tidak hanya tersampaikan tapi juga dapat dipahami dan diaplikasikan dengan baik oleh mahasiswa. Rencana untuk berkolaborasi lebih baik lagi dengan direktorat kampus dapat memberikan peningkatan aksesibilitas informasi dan menambah kualitas pesan yang disampaikan.

Secara menyeluruh, strategi komunikasi massa yang diterapkan oleh BEM KM IPB telah berhasil mencapai pada tujuan utama untuk menyebarkan informasi akademik kepada mahasiswa IPB dengan terus melakukan inovasi dan kolaborasi, dapat memperkuat peran BEM KM IPB sebagai salah satu sumber informasi akademik yang responsif bagi mahasiswa.

KESIMPULAN DAN SARAN

Dari analisis yang dilakukan, terlihat bahwa BEM KM IPB berperan strategis dalam menyebarkan informasi akademik kepada mahasiswa dengan fungsi utamanya sebagai perantara antara mahasiswa dan pihak kampus. Analisis terhadap strategi komunikasi massa BEM KM IPB telah mengungkap penerapan prinsip-prinsip teori *agenda setting* yang baik serta cermat dalam memilih isu-isu yang penting dan relevan. BEM KM IPB berhasil mengagendakan topik-topik tersebut menjadi perhatian utama mahasiswa.

Pemilihan media sosial, khususnya Instagram, sebagai platform utama didasari oleh preferensi mahasiswa IPB yang cenderung lebih aktif di media tersebut menunjukkan bahwa BEM KM IPB memiliki pemahaman yang baik mengenai karakteristik dan kebiasaan digital audiensnya. Melalui platform media sosial Instagram dan desain pesan yang menarik, BEM KM IPB telah membentuk persepsi publik mahasiswa serta mempengaruhi tindakan mereka. Hal ini menunjukkan bahwa BEM KM IPB tidak hanya sekedar menyampaikan informasi, tetapi juga berperan aktif dalam membentuk opini dan perilaku mahasiswa.

Strategi komunikasi massa yang diterapkan, seperti penyusunan pesan yang akurat dan relevan berdasarkan survei kebutuhan dan preferensi mahasiswa merupakan langkah yang cukup baik untuk menjangkau mahasiswa dengan informasi yang penting bagi kelancaran studi mereka. Selain itu, proses penyaringan informasi melalui verifikasi dan validasi sebelum didistribusikan memperlihatkan komitmen BEM KM IPB dalam menyajikan informasi yang akurat, relevan, dan bertanggung jawab. Pada akhirnya, pemanfaatan konsep *agenda setting* dan *gatekeeping* memastikan bahwa isu-isu akademik yang disampaikan benar-benar mendukung kebutuhan dan kesejahteraan mahasiswa dengan demikian, BEM KM IPB telah berhasil menjalankan fungsi mediasi antara mahasiswa dan lembaga, serta berkontribusi dalam membangun komunitas kampus yang lebih informatif dan partisipatif.

REFERENSI

- Dharmayoga, I. K. A. (2023). Strategi Pelayanan Akademik Stah N Mpu Kuturan Singaraja Sebagai Upaya Peningkatan Pelayanan Mahasiswa. *PINTU: Jurnal Penjaminan Mutu*, 1. <https://jurnal.stahnmpukuturan.ac.id/index.php/jurnalmutu/article/view/2980/2163>
- Efendi, E., Taufiqurrohman, A., Supriadi, T., Kuswananda, E. (2023). Teori Agenda Setting. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(1), 1715–1718. <https://doi.org/10.31004/jptam.v7i1.6050>
- Fadli, R. M. (2021). Memahami Desain Metode Penelitian Kualitatif. *Humanika, Kajian Ilmiah Mata Kuliah Umum*, 21(1), 33-54. <http://dx.doi.org/10.21831/hum.v21i1.38075>
- Irwan., & Sari, P. J. (2022). Peranan Komunikasi Massa Dalam Penyampaian Informasi Pada Masyarakat Kampung Adoki Distrik Yendidori Kabupaten Biak Numfor. *Jurnal Komunikasi, Politik & Sosiologi*, 4(1), 50-55. <https://ejournal.iyb.ac.id/index.php/copisusu/article/view/227>
- Iryana, Kawasati, R. (2019). Teknik Pengumpulan Data Metode Kualitatif. <https://osf.io/preprints/inarxiv/2myn7>
- Kustiawan, W., Siregar, K. F., Alwiyah, S., Lubis, A. R., Gaja, F. z., Pakpahan, N. S., Nurhayati. (2022). Komunikasi Massa. *Journal Analytica Islamica*, 11(1), 1-9. <http://dx.doi.org/10.30829/jai.v11i1.11923>
- McQuail, D (2005). McQuail's Mass communication Theory. London: SAGE Publication Ltd. <https://nibmehub.com/opac-service/pdf/read/McQuail's%20Mass%20communication%20theory.pdf>
- Munthe, E., Samosir, P., Sidabutar, D., Sitompul, H. S. (2023). Peranan Badan Eksekutif Mahasiswa (BEM) dalam Pengembangan Minat dan Bakat Mahasiswa Universitas Efarina. *Jurnal Bahasa dan Sastra Indonesia*, 3(1), 96-102. <https://doi.org/10.47709/jbsi.v3i01.2548>
- Nugroho, A. C. (2014). Representasi Agenda Media Dalam Isu High-taste Content. *Jurnal Studi Komunikasi dan Media*, 18(1), 105-118. <https://doi.org/10.31445/jskm.2014.180106>
- Permana, R. S. M., & Iffah, A. N. (2021). Analisis Agenda Setting Tim Kreatif Narasi Tv Terhadap Pandemi Covid-19 Melalui Program Cerita Pandemi. *Jurnal Ilmu Politik dan Komunikasi*, 11(1), 25-49. <https://doi.org/10.34010/jipsi.v11i1.4605>
- Pramono, T., Suwarno, S., & Widodo, S. (2020). Strategi Badan Eksekutif Mahasiswa (BEM) Untuk Mencapai Program Kerja Organisasi Di Universitas Kadiri. *Jurnal Mediasosian: Jurnal Ilmu Sosial Dan Administrasi Negara*, 1. <https://doi.org/10.30737/mediasosian.v4i1.818>
- Qudratullah. (2016). Peran dan Fungsi Komunikasi Massa. *Jurnal Tabligh*, 17(2), 41-46. <https://doi.org/10.24252/jdt.v17i2.6024>
- Rachman, M. A. (2017). Pola Penyebaran Informasi oleh Remaja pada Masyarakat Urban di Media Sosial: Kajian Budaya Informasi. *Seminar Nasional Budaya Urban Kajian Budaya Urban di Indonesia dalam Perspektif Ilmu Sosial dan Humaniora:Tantangan dan Perubahan*. <https://ppkb.fib.ui.ac.id/wp-content/uploads/26/2017/11/15.-Margareta.pdf>
- Ritonga, E. Y. (2018). Teori Agenda Setting dalam Ilmu Komunikasi. *Simbolika*, 4(1), 32-41. <https://doi.org/10.31289/simbolika.v4i1.1460>
- Sulaiman. (2022). Analisis Strategi Komunikasi Badan Eksekutif Mahasiswa (Bem) Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Mulawarman Dalam Mengimplementasikan Visi Misi Kepada Seluruh Civitas Akademika Tahun 2018. *eJournal S1 Ilmu Komunikasi*, 11(1), 78-92. <https://ejournal.ilkom.fisip-unmul.ac.id/site/?p=4694>